

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 212 MART KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI



Oleh :

**WAHYUNINGTYAS APRILLIA
11625203869**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2020 M**

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 212 MART KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

**WAHYUNINGTYAS APRILLIA
11625203869**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU-PEKANBARU

1441 H/2020 M

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *"Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"* yang ditulis oleh:

Nama : Wahyuningtyas Aprillia
Nim : 11625203869
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 28 Juli 2020
Pembimbing Skripsi



Dr. Ampul Muzan, SHI, MA
NIP. 197702272003121002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah” yang ditulis oleh:

Nama : WAHYUNINGTYAS APRILLIA
 NIM : 11625203869
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 10 Agustus 2020
 Waktu : 13.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, S.El. ME. Sy

Penguji I
Dr. H. Suhayib, M.A

Penguji II
Dr. Amrul Muzan, MA



Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Hajar, M.Ag
 NIM 19580712 1986031 005



ABSTRAK

Wahyuningtyas Aprillia, (2020) : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Peneliti tertarik meneliti masalah ini karena banyaknya persaingan dalam bisnis ritel yang sangat ketat diantaranya banyaknya pedagang eceran atau toko, swalayan, dan khususnya minimarket yang ada di kelurahan tuah karya pekanbaru. Agar mampu menguasai pasar, peritel harus bisa meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dalam teori dikatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 Mart kelurahan tuah karya pekanbaru.

Populasi didalam penelitian ini berjumlah 300 orang dengan sampel 75 orang konsumen pada 212 Mart. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data *Accidental Sampling*.

Teknik pengumpulan data observasi, dan angket, serta dokumentasi. Analisis data yaitu deskriptif dan kuantitatif dengan teknik regresi linear berganda dimana dapat digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya dengan bantuan SPSS 23. Metode analisis yang digunakan adalah analisis instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan persepsi Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 mart kelurahan tuah karya pekanbaru. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 mart kelurahan tuah karya pekanbaru

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. Hak Cipta dilindungi Undang-undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah swt yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** Sehingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan tanpa ada suatu hambatan apapun. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk kedalam golongan, orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di akhir kelak, aamiin.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dua sosok yang sangat saya banggakan, Ayah dan mama tercinta (Suyono dan Dewiana), adikku tersayang (Dwi Nova Safitri). Terima kasih atas bantuan serta supportnya selama ini, terimakasih untuk doa dan kasih sayang serta dukungannya setiap waktu, semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahiddin, S.Ag, M.Ag, sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasih Riau.
3. Bapak Dr. Drs. Hajar, M. Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasih Riau.
4. Bapak Syahpawi, S.Ag dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, MA selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan ketersediaannya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak ibu dosen dan karyawan- karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Drs.H. Zainal Arifin, MA selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
8. Kepada Bapak Ibu pengelola perusahaan perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku.
9. Kepada Bapak M. Asnawir Nasution dan Rio Ridwan selaku Manajer Utama Dan Manajer Toko dan para Staf Karyawan 212 Mart yang telah menyediakan waktu dan tenaga.
10. Kepada seseorang yang menemani saya selama pembuatan skripsi, seseorang yang namanya selalu terselip di doa saya Sepriyaldi.
11. Kepada Sahabat Pesantren yang selalu setia menemani saya selama ini, Mifratul Jannah, Ridho Alfiani, Tri Suci Rizki Ananda Nst, Krisnis Susilowati, Inna Sonia, dan Sariman Damanik.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Kepada sahabat Tersayang Ela Sabrina, Agania Mardhatilla Nanda, Sintia Rahmayani, Siti Robiatul Adawiyah, Kiki Fitriyani, Vivid Kurniawati Sahabat yang selalu memberikan support kepada saya.
13. Teman-teman seperjuangan di Lokal Ekonomi Syariah C angkatan 2016 yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya.
Semoga bantuan yang diberikan dalam bentuk apapun mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kesalahan dan kejanggalan disana-sini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Pekanbaru, 29 Juli 2020
Penulis,

WAHYUNINGTYAS APRILLIA
NIM. 11625203869

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
E. Metode Penelitian.....	11
F. Model Kerangka Berfikir	19
G. Indikator Penelitian	21
H. Hipotesis	22
I. Penelitian Terdahulu	23
J. Sistematika Penulisan	23
BAB II GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN	25
A. Letak Geografis Dan Demografis Kelurahan Tuah Karya.....	25
B. Sejarah Berdirinya Minimarket 212 Mart	27
C. Visi Dan Misi Minimarket 212 Mart	29
D. Struktur Organisasi Minimarket 212 Mart.....	30
BAB III LANDASAN TEORI.....	31
A. Kepuasan Konsumen	31
1. Pengertian Kepuasan	31
2. Pengertian Konsumen	32
3. Pengertian Kepuasan Konsumen	33
4. Indikator Kepuasan Konsumen	35
5. Tinjauan Ekonomi Islman Tentang Kepuasan Konsumen	36
B. Kualitas Produk.....	37
1. Pengertian Kualitas	37

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengertian Produk	39
3. Pengertian Kualitas Produk	41
4. Indikator Kualitas Produk	43
5. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Kualitas Produk	44
C. Kualitas Pelayanan	49
1. Pengertian Pelayanan	49
2. Pengertian Kualitas Pelayanan	52
3. Indikator Kualitas Pelayanan	54
4. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Kualitas Pelayanan	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Kerya Pekanbaru	59
B. Pembahasan	80
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Kerya Pekanbaru	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

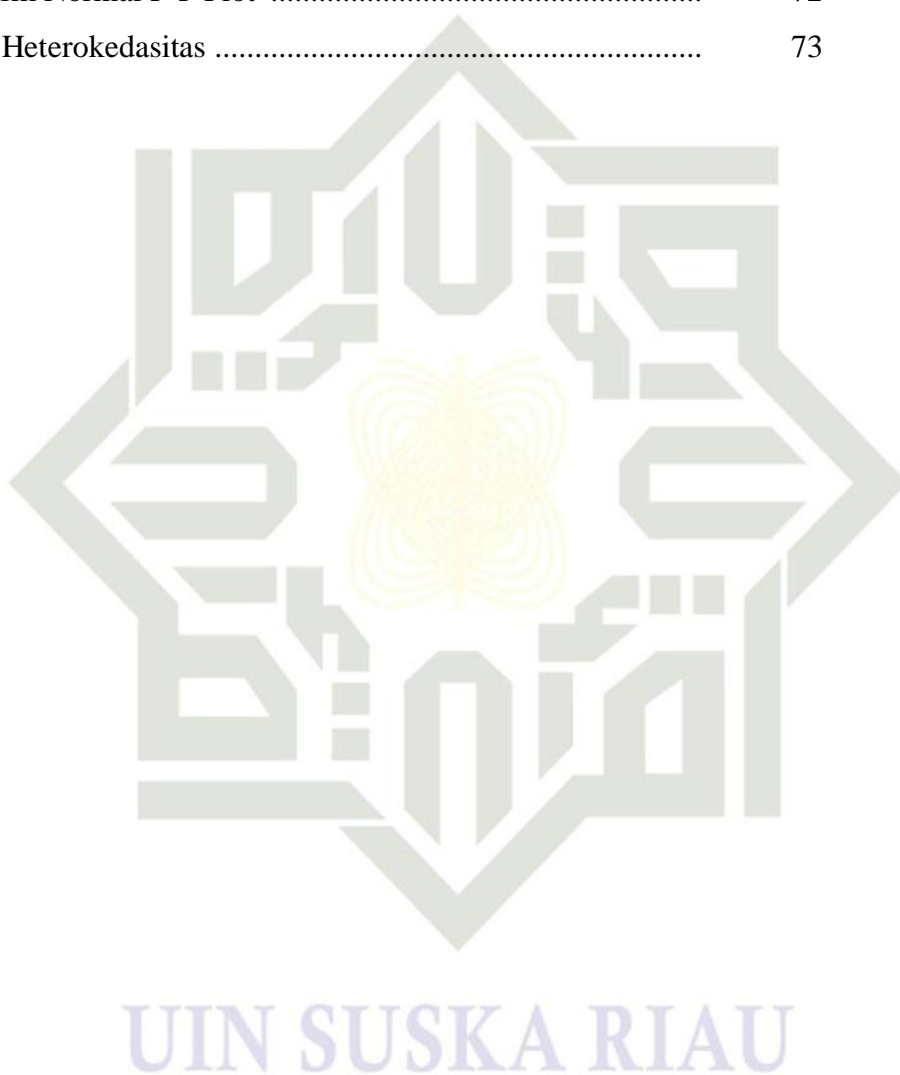
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1	Indikator Penelitian	21
Tabel 1.2	Skala Pengukuran Likers	22
Tabel 2.1	Data Jumlah Penduduk Menurut Agama	25
Tabel 2.2	Data Penduduk Kelurahan Tuah Karya Menurut Jenis Kelamin	26
Tabel 2.3	Data Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan Terakhir	27
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4	Data Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.5	Data Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	64
Tabel 4.6	Data Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen	67
Tabel 4.7	Data Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.8	Data Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.9	Data Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV.10	Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV.11	Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel IV.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
Tabel IV.13	Hasil Uji F	77
Tabel IV.14	Koefisien Korelasi Sederhana (R)	78
Tabel IV.15	Koefisien Determinasi (R^2)	79

- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsep Kepuasan Konsumen	8
Gambar 1.2	Model Kerangka Berfikir	20
Gambar 2.1	Struktur Organisasi Minimarket 212 Mart	30
Gambar 4.1	Grafik Normal P-P Plot	72
Gambar 4.2	Uji Heterokedasitas	73



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis retail di Indonesia memiliki perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini dapat terlihat dari bermunculannya nama-nama baru dalam bisnis retail baik dari supermarket maupun minimarket. Perkembangan perusahaan retail ini dipengaruhi beberapa faktor seperti besarnya peluang pasar, perubahan gaya hidup, pola konsumsi masyarakat Indonesia dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara mengembangkan industri retail.

Salah satu lembaga syariah yang nonbank adalah koperasi syariah 212. Koperasi syariah 212 hadir dalam rangka melestarikan semangat aksi damai 212 yang mencerminkan perdamaian, persatuan, semangat kebangsaan, ukhuwah islamiyah dan kebangkitan umat islam. Adapun landasan usaha koperasi syariah 212 dalam Al-Qur'an surat Ash-Shaf ayat 10-11¹ yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُكُمُ عَلَىٰ تَجْرَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ ۖ تَوَمَّنْ
بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن
كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang

¹Koperasi Syariah 212 <http://www.koperasisyariah212.co.id> (diakses, 1 November 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya.*² (Qs Ash Shaf:10-11)

Tepatnya pada 2 Desember 2016 muncul gerakan aksi damai yang terdiri dari jutaan umat islam. Dari sana lahir bisnis ritel berbasis syariah yang sekarang dikenal 212 Mart, mereka juga telah membuat koperasi syariah dan telah mendirikan tempat perbelanjaan yang syariah, agar selalu dapat meningkatkan aksi 212 ini, maka gerai tersebut dinamakan 212 Mart, 212 Mart ini telah berkembang diberbagai kota di wilayah Indonesia termasuk di kota Pekanbaru.

Minimarket 212 Mart adalah salah satu produk dari koperasi syariah. Minimarket didirikan untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti, makanan, minuman dan kebutuhan harian. Berdirinya minimarket bertujuan untuk membangun ekonomi yang besar, kuat, professional dan terpercaya sebagai salah satu penopang pilar ibadah, syariah dan dakwah menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.³

Dalam rangka menunjang pertumbuhan koperasi syariah 212, maka dikembangkan beberapa produk pendanaan, pembiayaan, dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha menjadi salah satu investasi yang besar. Saat ini sektor yang sangat strategis ekonomi ummat adalah penguasaan jaringan waralaba dan minimarket secara nasional. Dimana koperasi syariah 212 Mart ini kepemilikannya berjamaah, dikelola secara professional dan terpusat

552. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahan*, (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015), h. 552.
www.koperasisyariah212.co.id, diakses tanggal 2 November 2019 Pukul 09:00 WIB

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menjaga daya saingnya baik dari sisi jaringan distribusi, produk, harga maupun promo.

Suatu perencanaan strategi pemasaran tidak bisa lepas dari sisi konsumen sebab konsumen mempunyai peranan penting, dimana konsumen sebagai alat ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang maupun jasa, maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengenali dan memahami konsumen yang akan mereka targetkan (target market). Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuan. Tujuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya adalah untuk meraih keuntungan dari produk maupun jasa yang mereka pasarkan, semua itu tidak bisa didapatkan jika tidak mendapatkan pelanggan/konsumen.

Kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk.⁴ Oleh karena itu, kualitas merupakan salah satu faktor yang penting untuk memenangkan persaingan. Karena kualitas bagi masyarakat zaman sekarang sangat penting dibandingkan dengan kuantitasnya. Untuk dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas dan sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan terlebih dahulu mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, suatu produk yang memiliki kualitas yang baik didukung oleh bahan bakunya yang berkualitas baik. Semakin baik bahan baku yang digunakan maka kualitas dari produk-produk yang dihasilkan akan semakin baik pulak.

⁴ M. N, Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dimana kualitas produk merupakan segala sesuatu yang diinginkan dan dikehendaki konsumen. Oleh karena itu, produk atau jasa yang dihasilkan harus terjangkau harganya dan kualitasnya bagus sehingga konsumen puas dan loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan tanpa mengurangi nilai profit perusahaan.

Pelaku usaha dalam menciptakan produk harus menekankan kepada kualitas, melekatkan kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis atau dibuat atau di jual pesaing. Karena konsumen hanya menyukai produk yang berkualitas meskipun harganya lebih mahal.

Menurut Irawan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu⁵:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dibidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama.

h. 32. Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009),



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja, dimana apabila harapan tinggi, sementara kinerja biasa-biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai, sebaliknya apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan maka kepuasan akan meningkat.

Kesuksesan suatu perusahaan tergantung pada pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam merebut pangsa pasar. Dalam kegiatan operasional yang dilakukan, perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan yaitu kondisi gedung, kondisi peralatan, tempat parkir, kerapihan penampilan karyawan, ketepatan waktu pelayanan, kecermatan karyawan melayani, keakuratan pencatatan dokumen, kejelasan informasi, ketersediaan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan, keluangan waktu karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan, perasaan aman para pelanggan, kemampuan karyawan dalam menangani masalah, kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan, perhatian karyawan kepada pelanggan, pemahaman karyawan akan kebutuhan pelanggan, kesungguhan karyawan terhadap kepentingan pelanggan.

Pelayanan yang ditawarkan perusahaan yaitu keramahan karyawan, ketanggapan karyawan dalam menangani masalah konsumen, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen dalam memberikan pelayanan, jam kerja, kondisi toko, tempat parkir dan lain sebagainya. Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan.⁶

Kegiatan dunia usaha seperti 212 Mart sudah menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. 212 Mart yang tersedia dibuat sedemikian rupa untuk memberikan daya tarik konsumen seperti dibuat rak-rak yang tersusun rapi, variasi produk yang sangat banyak, pembayaran dengan sistem kasir dan lain-lainnya.

Dimana pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen. Jika pelayanan yang diberikan baik dan sesuai keinginan konsumen, maka tentunya pelanggan akan merasa puas.⁷

Menurut Rio Riduan selaku manajer toko 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, mengatakan bahwa kualitas pelayanan di 212 Mart pada SDM kurang baik sehingga menyebabkan kualitas pelayanannya tidak maksimal. Untuk kualitas produknya sendiri banyak seperti roti-roti atau kue-kue basah yang tahannya hanya tiga hari atau sampai empat hari saja.⁸

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

138. Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta:Erlangga, 2002), h. 282.
 Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 282.
 Rio Riduan, (Manajer 212 Mart Panam Pekanbaru), *Wawancara*, Pekanbaru 01 November 2019.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.⁹

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan lain sebagainya.¹⁰

Dalam Islam, Allah dan Rasul-Nya Muhammad SAW sangatlah memperhatikan terhadap kualitas, baik itu berupa kualitas barang maupun kualitas jasa, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah: 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h.78.

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.*¹¹

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja atau jasa yang diterima dan diharapkan. Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen.

Pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:¹²



¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 45.

¹² George Rifai, *Prinsip-Prinsip Pengelolaan Strategi Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 55-56.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketika peneliti melakukan wawancara awal dengan beberapa konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, konsumen mengatakan bahwa di 212 Mart merasa puas dengan pelayanan dan kualitas produk yang ada di 212 Mart, walaupun terkadang ada produk yang tidak lengkap seperti di Minimarket lainnya, tetapi konsumen tetap merasa puas berbelanja di 212 Mart karena bisa memberikan manfaat bagi sesama khususnya bagi sesama muslim dengan memajukan perekonomian umat muslim.¹³

Tujuan utama 212 Mart sejalan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan yaitu memajukan perekonomian dan mengalihkan belanja muslim kepada produk-produk saudara muslim sendiri, dari kita untuk kita dan membangun ekonomi umat yang besar.

Minimarket harus mampu menciptakan keunggulan-keunggulan bagi produk maupun jasa yang mereka tawarkan, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan karena kebutuhan dapat terpenuhi dengan baik. Bagi konsumen belanja merupakan sebuah keharusan terutama dalam proses memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk itu para perusahaan berlomba-lomba untuk membuat pusat perbelanjaan yang nyaman dan dapat menarik minat konsumen untuk datang dan melakukan pembelian.

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik dan ingin melakukan penelitian lebih lanjut kedalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**

¹³ (Konsumen 212 Mart Panam Pekanbaru), *Wawancara*, Pekanbaru 5 November 2019

Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan mudah dipahami, maka penulis memberi batasan pada penelitian ini pada menganalisa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama untuk masa yang akan datang.
- Bagi 212 Mart, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dalam pengembangan usaha pasar 212 Mart.
- Sebagai salah satu tugas akhir serta syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi program strata satu (SI) pada Fakultas Syariah dan Hukum jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian ini dilakukan di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Alasan memilih lokasi penelitian di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru adalah karena ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di 212 Mart Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.¹⁴ Sedangkan sampel adalah sebagian anggota populasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dengan kata lain sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel (disimbolkan dengan n) selalu mempunyai ukuran yang kecil atau sangat kecil dibandingkan dengan populasi.¹⁵

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru berjumlah 300/orang perharinya. Untuk menentukan ukuran sampel pada konsumen, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Besar Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diiginkan (10%).

Maka banyaknya sampel untuk subjek ini adalah:

¹⁴ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 66.

¹⁵ Husein Umar dan R. Purnomo Setyadi Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 181-182.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{300}{1+300(0,1)^2}$$

$$n = 75 \text{ orang}$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel secara kebetulan, berarti siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang orang yang kebetulan itu *repersentatif* sebagai sampel.

4. Sumber Data

Untuk mengumpulkan informasi dan data serta bahan lainnya yang dibutuhkan untuk penelitian ini dilakukan dengan dua cara:

- a. Sumber data primer yaitu subjek dari mana data didapat. Adapun sumber data dalam penelitian itu adalah konsumen yang ada di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
- b. Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian dan data yang diambil dari internet.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui cara dan tahapan sebagai berikut:

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak cipta milik UIN Suska Riau**
- a. Observasi yaitu penelitian melakukan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala yang terjadi dilapangan.
 - b. Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yaitu sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pemilik 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
 - c. Angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
 - d. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.¹⁶ Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan bantuan statistik untuk membantu dalam perhitungan angka-angka untuk menganalisis data yang diperoleh.¹⁷

¹⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 147.

¹⁷ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: CAPS, 2011), h. 18.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Teknik korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas item pertanyaan dalam penelitian ini adalah *korelasi product moment* dengan rumus:

$$r = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X = nilai pembanding

Y = nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya

N = jumlah responden

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan signifikan 5%. Apabila hasil yang diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument tersebut valid.¹⁸

2. Uji Realibilitas

Realibilitas menunjukkan pada suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam

¹⁸ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah & Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*, (Yogyakarta: Gaca Media, 2010), h. 54.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability Statistic (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *Continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.¹⁹ Pengujian menggunakan rumus *kolmogrov smirnov*. Suatu data dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai asymp Sig pada test tersebut bernilai $> 0,05$.

3. Uji Heterokedasitas

Heterokedasitas adalah rvarian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik

¹⁹ Husnaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Bumi Aksara 2011), Ed. Ke-2, h. 109.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seharusnya tidak terjadi heterokedasitas. Macam-macam uji heterokedisitas antara lain dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser, namun pada penelitian ini akan dibahas dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho dan melihat pada pola titik-titik pada grafik regresi.

- a) Uji Koefisien Korelasi Spearman's rho
- b) Melihat pola titik-titik pada grafik regresi.²⁰

4. Uji AutoKorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cros section*). Menurut Suliyanto (2011) untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson (uji D-W) mendekati angka 2 berarti tidak ada autokorelasi.

c. Model Regresi

1. Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaan, yaitu untuk meramal nilai variabel terikat (Y) apabila variabelbebasnya (X) dua atau lebih. Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel

²⁰ Duwi Priyatno, *Op.Cit*, h. 160



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas $X_1, X_2 \dots X_n$ terhadap satu variabel terikat Y .²¹

Dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (bebas) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (terikat), maka persamaan regresi berganda ditulis sebagai berikut.²²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	=	kepuasan konsumen
a	=	konstanta
$b_1 b_2$	=	kofesien korelasi ganda
X_1	=	kualitas produk
X_2	=	kualitas pelayanan
e	=	statndar eror

d. Pengujian Hipotesis Penelitian

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat

²¹ Sambas Ali Muhidin dkk, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2007), h. 198.

²² Toni Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009), h. 91.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji f (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_1 diterima atau variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ H_0 diterima atau secara variabel dependen. Bisa jugadilihat dari tingkat signifikasinya. Jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

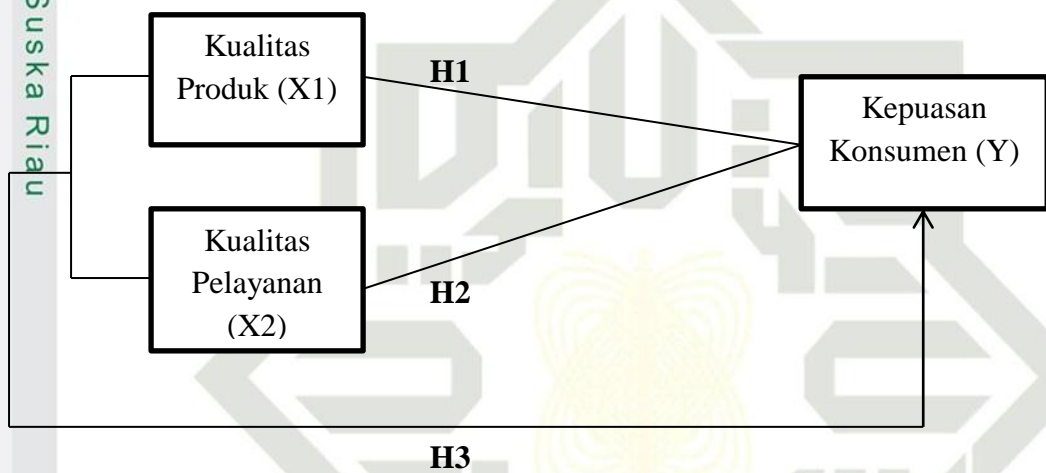
Koefisien determinasi (R^2) artinya variabel digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel dependen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

F. Model Kerangka Berfikir

Metode dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan akan berdampak terhadap kepuasan konsumen. Dengan

dan lain kualitas produk dan kualitas pelayanan jika telah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka akan berpengaruh pada kepuasan konsumen itu sendiri, dan sebaliknya. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Model Kerangka Berfikir



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indikator Penelitian

Adapun indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. ²³	1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Kesesuaian (<i>Conformance</i>) 3. <i>Feature</i> 4. <i>Aesthetic</i> 5. Daya tahan 6. Kualitas rasa ²⁴
2	Kualitas pelayanan adalah merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. ²⁵	1. Berwujud (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>responsiviness</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) ²⁶
3	Kepuasan konsumen (<i>customer service</i>) adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja atau jasa yang diterima dan diharapkan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. ²⁷	1. Tetap setia dan loyal 2. Mengulang kembali pembelian produk 3. Merekomendasikan produk 4. Bersedia membayar lebih 5. Memberi masukan ²⁸

²³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 107.

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, Edisi Pertama, 2007),

h. 16.

²⁵ Fandy Tjiptono, *Op.Cit*, h. 282

²⁶ Dermawan Wibisono, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 95

²⁷ George Rifai, *Op.Cit*, h. 55-56

²⁸ Kotler dan Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h. 79.

Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala Likert. Setiap pertanyaan mempunyai 5 alternatif jawaban dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 2.1
Skala Pengukuran Likers

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

H. Hipotesis

- H1:** Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru
- H2:** Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru
- H3:** Terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Andika Wahyu Pradana (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Penjuru Wisata Negri	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2	Dewi Wahyu Wardani (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pakaian di Toko SERBA 35.000 Putra Jaya Garuda Sakti Km.1 Kelurahan Simpang Baru Panam Menurut Ekonomi Syariah	Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada konsumen pakaian di Toko Serba 35.000

J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab diuraikan kepada beberapa unit dan sub unit, yang keseluruhan uraian tersebut mempunyai hubungan dan saling berkaitan satu sama lainnya, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM 212 MART KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum tentang lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah singkat 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, Visi dan Misi dan Struktur organisasi 212 Mart Pekanbaru.

BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG TEORI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan tentang teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, pengertian pengaruh kualitas produk, pengertian pengetahuan produk, ruang lingkup pengetahuan produk, pengertian kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, tolak ukur kepuasan konsumen, kepuasan konsumen pada kualitas produk dan kualitas pelayanan 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, dan Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru dan tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis akan mengambil kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran yang diperlukan dalam menghasilkan sebuah penelitian yang baik untuk dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Letak Geografis dan Demografis Kelurahan Tuah Karya

Kelurahan Tuah Karya merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Provinsi Riau, dengan luas daerah 7,2 km², yang terdiri dari 19 RW dan 84 RT. Kelurahan Tuah Karya adalah Kelurahan yang beriklim tropis.²⁹ Untuk lebih jelas tentang penduduk Kelurahan Tuah Karya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Jumlah Penduduk Menurut Agama

No	Jumlah Penduduk Menurut Agama	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Islam	28.968 jiwa
2	Protestan	855 jiwa
3	Khatolik	805 jiwa
4	Budha	20 jiwa
5	Hindu	15 jiwa
6	Khonghuchu	-
Jumlah		30.663 jiwa

Sumber data: Kantor Kelurahan Tuah Karya 2019

Dari jumlah penduduk menurut agama yang ada di Kelurahan Tuah Karya mayoritas agama Islam dengan jumlah 28.968 jiwa, beragama Protestan yaitu 855 jiwa, beragama Khatolik 805 jiwa, beragama Budha 20 jiwa, beragama Hindu 15 jiwa, dan yang beragama Konghuchu 0 jiwa.

Kelurahan Tuah Karya adalah salah satu kelurahan yang terletak di kecamatan Tampan kota Pekanbaru provinsi Riau. Kelurahan Tuah Karya ini memiliki jarak ke kantor kecamatan sekitar 2 km dan memiliki jarak yang

²⁹ Data Kelurahan Tuah Karya 2019

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

relatif mudah dicapai ke pusat kota (Pekanbaru) yaitu memakan waktu setengah jam jika menggunakan kendaraan.³⁰

Kelurahan Tuah Karya yang berada dalam wilayah kecamatan Tampan ini memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kelurahan Simpang Baru.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan desa Kualu kabupaten Kampar.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan desa Rimbo Panjang kabupaten Kampar.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan kelurahan Sidomulyo Barat.

Kelurahan Tuah Karya memiliki jumlah keluarga (KK) sebanyak 7.371 dengan jumlah warga 30.663 jiwa. Terdiri dari 15.454 laki-laki dan 15.209 perempuan. Untuk lebih jelas tentang penduduk Kelurahan Tuah Karya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.2
Penduduk Kelurahan Tuah Karya
Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	persentase
1	Laki-laki	15.454	50%
2	Perempuan	15.209	50%
Jumlah		30.663	100%

Sumber data: Kantor Kelurahan Tuah Karya 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa penduduk Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru tahun 2018 berjumlah 30.663 jiwa lebih domisi oleh kaum laki-laki berjumlah 15.454 jiwa sedangkan kaum perempuan berjumlah 15.209 jiwa.

³⁰ Ibid.,

Menurut jumlah penduduk terhadap pendidikan terakhir, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.3
Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Tidak/Belum Sekolah	4.017 jiwa
2	Tidak/Tamat SD	2.017 jiwa
3	Tamat SD Sederajat	5.012 jiwa
4	SLTP/Sederajat	4.012 jiwa
5	SLTA/Sederajat	8.014 jiwa
6	Diploma I/III	-
7	Akademi/Strata I	3.512 jiwa
8	Strata II	611 jiwa
9	Strata III	25 jiwa
Jumlah		30.663 jiwa

Sumber data: Kantor Kelurahan Tuah Karya 2019

B. Sejarah Berdirinya Minimarket 212 Mart

Berawal dari aksi 212 pada Desember 2016, Gerakan Nasional Pengawal Fatwa (GNPF) Majelis Ulama Indonesia (MUI) menggagas pembentukan Koperasi Syariah 212 yang kemudian meluncurkan secara resmi pendaftaran massal melalui saluran online pada tanggal 20 Januari 2017 berdasarkan keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah nomor 003136/BH/M.KUKM.2/1/2017 dan akta No.02 tanggal 10 Januari 2017, yang dibuat dan disampaikan oleh Notaris SURJADI, SH., Mkn., MM serta diteruima pada 19 Januari 2017.

212 Mart sebagai produk dari Koperasi Syariah 212 secara resmi diluncurkan pertama kali pada tanggal 10 Mei 2017 dengan gerai pertama beralamat JL. KH. Abdullah Bin Nuh, Ruko No. 80 Taman Yasmin Sektor VI, Bogor. Direktur Esekutif Koperasi Syariah 212 Ahmad Juawaini pada

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peresmian gerai ke-68 di Cimanggis Depok, menyampaikan target untuk menambah jumlah gerai 212 Mart hingga mencapai 120 gerai di tahun 2018. Sementara minimarket 212 Mart Bengkulu berdiri pertama kali pada tanggal 6 April 2018 yang diresmikan oleh plt Gubernur Bengkulu Rohidin Mersya gerai koperasi syariah 212 Mart.

Peresmian minimarket 212 Mart yang beralamat di jalan H.R Soebrantas 14 A Kelurahan Tuah Karya Tampan Kota Pekanbaru ini bertepatan dengan reuni 212 yang ada di Monas yaitu pada tanggal 2 Desember 2016 di Ibu Kota Jakarta, dan minimarket 212 Mart Kelurahan Tuah Karya di resmikan pada tanggal 2 Desember 2017. Peresmian ini dihadiri oleh Walikota Pekanbaru yaitu Dr. H. Firdaus ST.MT, Kepala BKDA, Camat Tampan, Lurah Tuah Karya, Polsek Tampan, Komunitas KS 212, ulama dan tokoh masyarakat, serta tentunya masyarakat sekitar.

Walikota Pekanbaru mengatakan “Toko ini sangat luar biasa karena toko ini dibentuk oleh komunitas perempuan, ownernya ada 183, tidak hanya toko biasa tapi ini juga seperti pasar pada umumnya.” Bapak Dr. H. Firdaus ST.MT juga mengatakan “kita bisa saja berkembang menjadi pasar atau tempat untuk teman-teman berproduksi, disini juga terdapat makanan-makanan kering lainnya. Semuanya tergantung bagaimana kita memasarkannya, saya sangat mengapresiasi usaha seperti ini.”

Ketua komunitas perempuan pengusaha 212 ibu Junaidi Yahya mengisahkan kilas balik berdirinya 212 Mart Pekanbaru ini adalah berlandaskan iman kepada Allah SWT. Ibu Junaidi Yahya juga mengatakan pendirian 212 Mart bertujuan membangkitkan ekonomi umat yang mulai

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terpuruk karena itu, kami coba buka toko dari kita, oleh kita untuk kita. Untuk harga dipastikan di bawah gerai-gerai yang sudah ada di Pekanbaru. Selanjutnya kami akan mengundang para investor agar bergabung dengan kami untuk membuka gerai 212 Mart yang lain.³¹

Visi dan Misi Minimarket 212 Mart

Visi

Mampu menjadi 5 bagian besar, menghimpun dana tabungan, pinjaman, investasi pada sektor produktif pilihan pada tahun 2025.

Misi

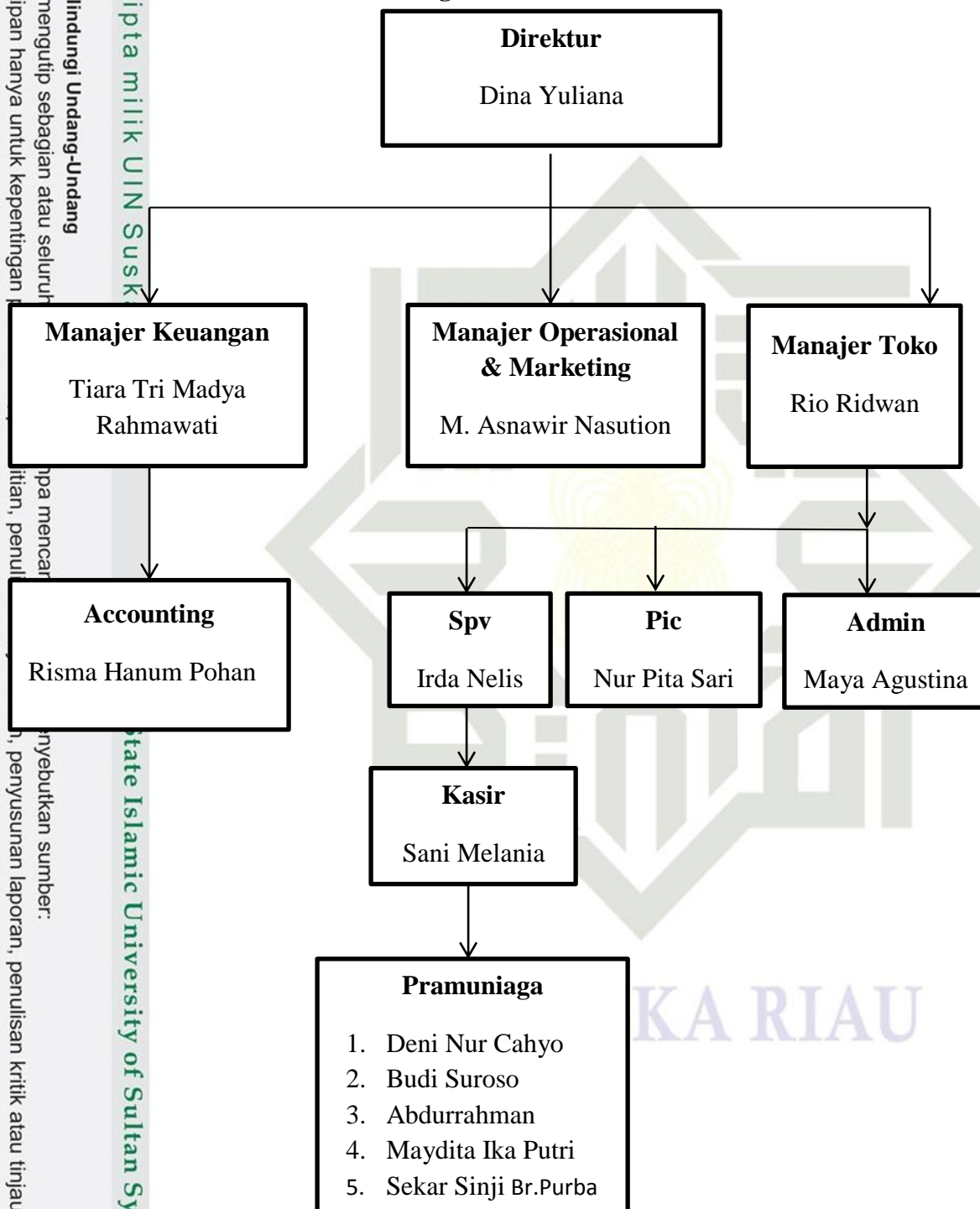
Mengoptimalkan segenap potensi ekonomi ummat baik beroperasi daya beli, produksi, distribusi, pemupukan modal serta investasi hearts sektor produktif yang dijalankan beroperasi **berjamaah**, professional dan **amanah** yang mampu mendatangkan kesejahteraan pada tataran individu atau keluarga serta mewujudkan **izzah** (kemuliaan) pada tataran keumatan.³²

³¹ Koperasi syariah 212, <http://koperasisyariah212.co.id/blog/2017/12/03/walikota-pekanbaru-resmikan-212mart/>, diakses tanggal 10 Februari 2020, Pukul 14:12 WIB

³² Koperasi syariah 212 <http://koperasisyariah212.co.id/koperasi-syariah-212/>, diakses tanggal 10 Februari 2020, Pukul 16:00 WIB

Struktur Organisasi Minimarket 212 Mart

Gambar 2.4
Struktur Organisasi Minimarket 212 Mart



BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasandapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat suatu memadai’. Namun ditinjau dari persepsi perilaku konsumen, istilah ‘kepuasan konsumen’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesempatan atau consensus mengenai konsep kepuasan konsumen: ‘apakah kepuasan merupakan respon emosional ataupun evaluasi kognitif (Edwardson, Giese & Cote, Peterson & Wilson, Yi. Ini bisa dilihat dari beragam defenisi yang dikemukakan banyak pakar.³³

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kepuasan adalah merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). Kepuasan yang bersifat puas yaitu kesenangan, kelegaan.³⁴

Philip katler menyatakan kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

³³ Fandi Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 292.

³⁴ Pater Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), ed. ke-3, h. 1110.

2. Pengertian Konsumen

Konsumen ialah setiap orang, pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³⁵

Menurut M. Nur Nasution, konsumen adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performa di perusahaan.³⁶

Manajemen perusahaan L.L. Bean, Freeport Maine, memberikan beberapa definisi tentang konsumen, yaitu sebagai berikut³⁷ :

- Konsumen adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya.
- Konsumen adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
- Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan konsumen.
- Konsumen adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat konsumen dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan, hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara

³⁵ Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³⁶ M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), Cet. Ke-2, h. 45.

³⁷ *Ibid*, h. 46.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

benar dan jujur, tidak diskrimatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakannya, sehingga dengan demikian tidak ada alternative lain bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan untuk berupaya memperbaiki tingkat pelayanannya yang lebih baik kepada konsumennya.³⁸

3. Pengertian Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Beberapa pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli³⁹ :

- a. Menurut Zeithaml dan Bitner, kepuasan konsumen adalah respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.
- b. Menurut Kotler dan Armstrong, kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

³⁸ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015), Cet. 4, h. 27-28.

³⁹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 7-8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Menurut Pasurma, kepuasan konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkan.
- d. Menurut Schiffman, kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.
- e. Menurut Ziethaml, kepuasan konsumen adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Setelah mengkonsumsi suatu jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang jasa tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan mengkonsumsi jasa tersebut.

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tersebut adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.⁴⁰ Dan adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah

⁴⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan, Ghalia Indonesia, 2004), Cet. Ke-2, h. 322.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan konsumen, harapan-harapan terselubung, pelayanan khusus, sentuhan emosional, dan zona toleransi.⁴¹

4. Indikator Kepuasan Konsumen

a. Tetap setia dan Loyal

Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia dan loyal, pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Mengulang kembali pembelian produk

Kepuasan terhadap pembelian jasa suatu perusahaan akan menyebabkan konsumen membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.

c. Merekomendasikan produk

Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hal baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

d. Bersedia membayar lebih

Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan. Ketika harga lebih tinggi, pelanggan cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

⁴¹ Titik Wijayanti, *Marketing Plan! Dalam Bisnis*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 179.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Memberi masukan

Walaupun kepuasan sudah tercapai, pelanggan selalu menginginkan yang lebih lagi. Maka pelanggan akan memberikan masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.⁴²

5. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Kepuasan Konsumen

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan Islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal kejahatan.

Firman Allah Swt dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 2 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعْبِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلْبِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam

⁴² Kotler dan Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), h. 79.

*berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*⁴³

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak lepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen (pelanggan) terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan konsumen, Islam telah mengatur berbagai cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga "total Islam quality" dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari al-Quran dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu:

1. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat
2. Komitmen jangka panjang
3. Perbaikan kualitas layanan terus menerus
4. Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang
5. Pendidikan dan latihan.⁴⁴

B. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat.⁴⁵

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa, 1999), h. 82.

⁴⁴ <http://www.dakwatuna.com/2007/Hukum-Islam>

⁴⁵ Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu, maka untuk mengetahui sesuatu yang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya.

Adapun definisi kualitas menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Jelas ini adalah definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa menyatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan berkualitas.⁴⁶
- b. Bambang Tri Cahyono mendefinisikan mutu (kualitas) yaitu suatu strategi bisnis yang mendasar yang menyediakan barang dan jasa yang memuaskan secara pari purna (*completely satisfy*) kepada pelanggan internal dan eksternal dengan memenuhi harapan (*expectation*) eksplisit dan implisit mereka. Lebih lanjut, strategi ini memanfaatkan bakat seluruh karyawan, demi keuntungan organisasi pada khususnya

⁴⁶ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), p. 44.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan masyarakat pada umumnya dan memberikan suatu perolehan finansial yang positif kepada pemegang saham.⁴⁷

Dalam pengertian lain, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen. Pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok berikut:

- a) Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan *attaktif* yang memenuhi keinginan konsumen dan dengan demikian memberikan kepuasan atas pengguna produk itu.
- b) Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.⁴⁸

Dari pengertian diatas kualitas selalu berfokus pada konsumen. Dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan konsumen.

2. Pengertian Produk

Menurut Supranto dan Nandan Limakrisna produk adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikan.⁴⁹ Philip Kotler dan Lene Kevin Keller mendefinisikan produk sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan volume penjualan.⁵⁰ Produk akan

⁴⁷ Bambang Tri Cahyono, *Kasus-kasus Manajemen Umum*, (Jakarta: IPWI, 1999), h. 239.

⁴⁸ Viencet Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 5.

⁴⁹ Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 10.

⁵⁰ Philip Kotler & Lene Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2008), h. 519.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi hal yang penting, karena produk akan dinikmati oleh para konsumen, sehingga penentuan kualitas dan kuantitas sangat krusial.⁵¹

Sedangkan menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁵² Orang memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan barang dan jasa. Kita akan menggunakan istilah produk untuk mencakup keduanya. Sedangkan produk menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁵³

Kita definisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada pemiliknya, tetapi pada jasa yang dapat diberikannya.⁵⁴ Kebutuhan (*need*) merupakan keadaan dasar manusia yang bila tidak terpenuhi akan terjadi kehilangan dalam diri seseorang. Kebutuhan manusia itu luas, kompleks, dan banyak. Semakin penting kebutuhannya maka semakin kuat pula perasaan tidak bahagia itu. Akhirnya timbul kebutuhan yang penting dan sangat spesifik yang disebut keinginan (*want*). Sedangkan keinginan (*want*) adalah bentuk asal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.

⁵¹ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 64

⁵² Titik Wijayanti, *Op. Cit*, h. 153.

⁵³ Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 203

⁵⁴ Freddy Rangkuti, *Op. Cit*, h. 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keinginan orang cenderung terus berubah dan tidak terbatas. Jumlah orang yang menginginkannya pun semakin tinggi dan bertambah setiap harinya dengan didukung kemampuan membeli barang tersebut. Semakin tingginya permintaan seseorang untuk memenuhi keinginan yang tidak terbatas akan menimbulkan permintaan (*demand*) akan produk tertentu. Permintaan (*demand*) adalah suatu keinginan yang jumlahnya banyak didukung oleh kemampuan daya beli.⁵⁵

3. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.⁵⁶ Di sisi lain, Husein Umar mendefenisikan kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa.⁵⁷

Kualitas produk dalam praktik bisnis apa pun sangat diperlukan, oleh karena itu pembisnis perlu mengenal apa yang dimaksud dengan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) oleh konsumen, dalam literatur pemasaran kualitas didefinisikan:

1. Menurut Zeithaml kualitas adalah sebagai penilaian pelanggan terhadap superioritas atau keunggulan menyeluruh dari suatu produk.
2. Menurut Andreassen kualitas adalah sampai tingkat apa produk atau jasa bebas dari kekurangan/ kegagalan.

⁵⁵ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 372-373.

⁵⁶ Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Perhallindo, 2010), h. 27.

⁵⁷ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 93.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Menurut Kano kualitas adalah keseluruhan ciri dan sifat dari produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.
4. Menurut Amin Wijaya kualitas adalah keunggulan suatu produk atau pelayanan dilihat dari fungsinya secara relatif dengan produk lain dari pandangan para ahli tersebut, ternyata kualitas produk yang diinginkan konsumen itu sangat relatif, tetapi bagi pebisnis yang terpenting adalah⁵⁸:
 - a. Perlu mengenali produk yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen sebelum dibuat atau dipasarkan atau diperdagangkan (sebagai distributor-perital).
 - b. Perlu menginformasikan kesesuaian produk yang diinginkan konsumen.
 - c. Merincikan karakteristik produk sehingga beda dari produk lain (*produk differentiation*).

Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luarnya berupa warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya.⁵⁹ Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

⁵⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 167-168.

⁵⁹ <http://id.wikipedia.org/wiki/Kualitas> Di akses pada tanggal 3 Maret 2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tujuan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberi jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan.⁶⁰

4. Indikator Kualitas Produk

a. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk. Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.

b. Kesesuaian (*Conformance*)

Conformance adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk, ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk.

c. Fitur produk (*Feature*)

Fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur sering kali ditambahkan. Idenya fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

⁶⁰ <http://tesisdisertasi.blogspot.com/2010/09/pengertiankualitasproduk.html> Di akses pada tanggal 3 Maret 2020

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Keindahan tampilan produk (*Aesthetic*)

Keindahan menyangkut tampilan produk yang membuat konsumen suka. Ini seringkali dilakukan dalam bentuk desain produk atau kemasannya. Beberapa merek memperbaharui wajahnya supaya lebih cantik dimata konsumen.

e. Daya tahan (*Durability*)

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibandingkan produk yang cepat diganti.

f. Kualitas rasa

Kualitas yang dirasakan ini menyangkut penilaian konsumen terhadap citra, merek, atau iklan. Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas dibanding merek-merek yang tidak terdengar. Itulah sebabnya produk selalu berupaya membangun mereknya sehingga memiliki *brand equity* yang tinggi. Tentu saja ini tidak dapat dibangun semalam karena menyangkut banyak aspek termasuk dimensi kualitas dari kinerja, fitur, daya tahan dan sebagainya.⁶¹

5. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Kualitas Produk

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat merujuk pada suatu yang baik, suatu yang

⁶¹ Fandy Tjiptono, Op. Cit, hal. 25-26.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. Al-rizq merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan.

Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.⁶²

Firman Allah Swt dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”⁶³

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah

⁶² Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muli Aman Darmansyah Hadad, Op Cit, Hlm. 38

⁶³ Departemen Agama, Op. Cit, h. 25

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatakan: ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

Kemudian janganlah kamu mengikuti langkah dan perbuatan syetan. Dan setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada syetan. Allah swt juga memberitahukan bahwa syetan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah swt adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali permusuhannya dari zaman nabi Adam AS. Syetan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak cucu Adam As.⁶⁴

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain.

⁶⁴ Syeikh Imam Al-Qurthubi, Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 481-483



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karena itu boleh jadi produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Firman Allah swt dalam Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ

Artinya : “Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.”⁶⁵

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya. Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin.

Dalam perspektif Islam, kualitas adalah sebuah konsep secara totalitas. Konsep itu tidak saja berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia tetapi juga antara manusia dengan Allah SWT. Di dalam melaksanakan ibadah secara khusyuk merupakan bentuk kualitas yang dipersyaratkan di dalam

⁶⁵ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Riels Grafika, 2009), h. 562.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sholat dan mabrur diperlukan di dalam menunaikan ibadah haji. Perbuatan yang mengabaikan kualitas merupakan perbuatan yang sia-sia, demikian juga pada produk, mengabaikan kualitasnya orang akan berfikir berulang-ulang untuk membeli.

Praktik bisnis yang mengedepankan kualitas sebagai daya saing bisnis tidak bertentangan dengan ajaran Islam, karena pada hakikatnya meningkatkan kualitas produk dan jasa agar lebih baik merupakan bagian dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis sehingga menimbulkan keikhlasan bagi masing-masing dalam bertransaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Karena meningkatkan kualitas berarti juga merupakan langkah-langkah untuk memenuhi keinginan pelanggan dan juga konsumen.⁶⁶

1. Memilih apa yang diinginkan.
2. Penegakan prinsip keadilan.

Adil diartikan bahwa apa yang diberikan oleh pihak pengelola harus sesuai dengan apa yang dibayarkan. Artinya semua hak konsumen dapat terpenuhi.

3. Prinsip larangan riba.

Dalam sebuah industri, baik perusahaan ataupun Lembaga Keuangan Bank tidak boleh mengandung unsur riba. Menurut Syaikh Muhammad Abduh dalam Hendi Suhendi menyatakan bahwa riba merupakan penambahan-penambahan yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uang), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah

⁶⁶ Heflin Frinces, *Be An Entrepreneur*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 177-178.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditentukan.⁶⁷ Sesuatu yang mengandung riba, dilarang keras dalam Islam, karena akan merugikan salah satu pihak.

4. Kasih sayang, tolong menolong dan persaudaraan universal. Ini diartikan dengan kesediaan membantu dan melayani pada semua konsumen, artinya tidak ada diskriminasi, antara kulit hitam dan putih, antara yang beragama Islam dan non Islam atau lainnya.
5. Tidak melakukan usaha yang merusak mental misalnya narkoba dan pornografi. Pihak pengelola tidak menyediakan produk/ jasa dan fasilitas yang mendatangkan madharat tetapi harus yang bermanfaat bagi konsumen.
6. Perdagangan tidak boleh melalaikan diri dari ibadah (shalat dan zakat) dan mengingat Allah. Kewajiban shalat dan zakat tidak boleh dilupakan, baik pengelola maupun konsumen.
7. Hendaklah dilakukan pencatatan yang baik dalam melakukan perjanjian dalam bisnis, untuk menjaga supaya pihak-pihak selalu ingat akan isi perjanjian yang telah disepakati harus ditulis dan perlu adanya saksi.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Menurut Kotler dan Lukman pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan,

⁶⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 58.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.⁶⁸

Pelayanan dalam Bahasa Inggris adalah *service*, Moenir mendefenisikan pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.⁶⁹

Pelayanan adalah aksi, kinerja, dan pengalaman yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.⁷⁰ Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen akan menimbulkan kesan tersendiri.⁷¹ Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan.⁷²

Pelayanan sebagai suatu usaha untuk membantu, menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan adalah serangkaian kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak

⁶⁸ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVAN MEDIA, 2014), h. 135.

⁶⁹ A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 26-27.

⁷⁰ Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, DKK, *Prinsip-prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneural Marketing Dan E-Marketing*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 281.

⁷¹ R.A Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFEUGM, 1999), h. 300.

⁷² Kasmir, *Etika Customer Cervice*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006), h. 31.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berwujud, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.⁷³

Adapun pendapat para ahli mengenai pelayanan sebagai berikut:

- a. Sampara dalam buku L.P Sinambela mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan konsumen.⁷⁴
- b. Menurut Kotler, pelayanan adalah suatu bentuk interaksi antara satu pihak yang memberi pelayanan dengan pihak lain yang menerima pelayanan, tidak berwujud fisik akan tetapi dapat dirasakan dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁷⁵
- c. Sedangkan Lukman mengemukakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik.⁷⁶

Dari beberapa pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain, yang mana pelayanan tersebut tidak memiliki wujud dan hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani.

⁷³ Paiman Napitulu, *Pelayana Public dan Customer Satisfaction*, (Bandung: PT. Alumni, 2007), h. 164.

⁷⁴ Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 5

⁷⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), h. 93

⁷⁶ Muliaty, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar*, Jurnal Administrasi Public, Volume 6, No. 1

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan.⁷⁷

Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja yang akan dibeli oleh konsumen.⁷⁸

Menurut John Sviokla adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para konsumennya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas jasa suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam pemasaran adalah model serqual (*service quality*). Serqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih

⁷⁷ Fandy Tjiptono, *Op. Cit*, h. 282.

⁷⁸ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 10.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya.⁷⁹

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.⁸⁰

Jadi kualitas pelayanan adalah cara melayani, membantu menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan dan kebutuhan konsumen secara individu maupun kelompok yang sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang dan persepsi konsumen.

Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik atau ideal. Tapi jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-

⁷⁹ Rahmad Lpiyoadi, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 181.

⁸⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), 213.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.⁸¹

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator kualitas pelayanan secara berurutan , diantaranya ialah:

a. Berwujud (*Tangible*)

Wujud kenyataan secara yang meliputi penampilan dan kelengkapan fasilitas fisik seperti: gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan tunggu maupun ruangan lainnya, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan setiap pegawai.

b. Kehandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan waktu pelayanan, waktu mengurus pendaftaran, waktu memulai pengobatan/pemeriksaan, kesesuaian antara harapan dan realisasi waktu bagi konsumen.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi

⁸¹ Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, h. 15.

4. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Kualitas Pelayanan

Secara umum landasan utama pelayanan adalah tolong orang lain. Dalam ajaran islam tolong menolong kepada sesama merupakan kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang.⁸² Pelayanan yang berkualitas tidak hanya sekedar menolong orang lain, akan tetapi juga sebagai ibadah kepada Allah SWT, karena Allah memerintahkan untuk saling tolong menolong sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Maidah: 2

⁸² Dermawan Wibisono, *Op. Cit*, h. 95-96

⁸³ A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), Cet. Ke-4, h. 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلْبِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدُوْنِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٥٦﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi`ar-syi`ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang hadya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.⁸⁴

Pelayanan myang ebrkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk orang lain menimbulkan rasa puas. Ekonomi islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah.⁸⁵

Dengan adanya rasa puas akan memberikan implikasi baik terbentuknya hubungan dalam rangka mempererat silaturahmi diantara kedua belah pihak. Sebab dengan melalui perantara bisnis diantara pihak perusahaan

⁸⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 106.

⁸⁵ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtadah Press, 2014), h. 94.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan konsumennya tidak hanya kerja sama saling mencari keuntungan semata, namun dibalik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun dengan diikat oleh tali persaudaraan.

Baik Al-Qur'an maupun Sunnah memberikan pedoman tertentu dalam masalah tatakrma untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah.

Ada beberapa nilai-nilai dalam pelayanan yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah, yaitu:

1. *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan yang berdasarkan ajaran islam. Setiap karyawan yang memberikan pelayanan kepada konsumen wajib berlaku jujur, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, juga akan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan. Apabila konsumen tidak percaya, maka jasa diperusahaan tersebut tidak aka ada yang memakainya.
2. *Fathanah*, yaitu mengerti, memahami, dan mengahayti secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. *Fathanah* berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan harus memiliki karyawan yang terdidik, serta memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam bidangnya masing-masing, sehingga konsumen merasa aman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *Amanah*, memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat.
4. *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan. Dalam sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang komunikatif agar dapat menjadi pembicara yang unggul dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sekaligus sebagai contoh terhadap karyawan yang belum sempurna dalam berkomunikasi dengan konsumen.
5. *Istiqomah*, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemberi pelayanan dalam praktiknya selalu istiqomah. Seorang pemberi pelayanan harus dapat dipegang janjinya, dan tidak diperbolehkan berubah-ubah dalam berbicara maupun dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan jasa memiliki karyawan yang konsisten akan menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Jadi di dalam Ekonomi Islam, memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumen merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah, sebab secara umum landasan utama pelayanan ialah menolong orang lain. Di dalam ajaran Islam tolong menolong kepada sesama sebagaimana yang telah Allah perintahkan, merupakan kewajiban dan senantiasa dihubungkan dengan tingkat keimanan seseorang. Dan pelaku bisnis muslim juga diharuskan untuk berperilaku sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji t terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji F diketahui kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen pada 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Dengan korelasi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif dan kuat.
2. Berdasarkan tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan ekonomi syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka penulis memberikan beberapa saran terkait penelitian sebagai berikut:



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. ©Bagi pihak 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Perlu adanya peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa puas dan terus menerus datang kembali untuk berbelanja di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
 2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mengembangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga hasil penelitiannya lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Abdullah Thamrin, Tantri Francis. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Adam Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ali Arif, Rianto Nur M. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta.
- Al-Qurthubi, Syeikh Imam. 2007. *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Amstrong, Kotler. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhallindo.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cahyono, Tri Bambang. 1999. *Kasus-kasus Manajemen Umum*. Jakarta: IPWI.
- Daryanto, Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an Terjemahan*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia. UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Frince, Heflin. 2011. *Be An Entrepreneur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gaspezz, Viencet. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin Ricky W, Ebert Ronald J. 2006. *Bisnis edisi kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syaria"ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, Jakarta: Erlangga.
- <http://sisidisertasi.blogspot.com/2010/09/pengertiankualitasproduk.html> Di akses pada tanggal 3 Maret 2020

1. Irawan. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
2. Iqbaludin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
3. Iqbal, Suwinto. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
4. Kasmita. 2006. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
5. Kementerian Agama RI. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Riels Grafika.
6. Kirom Bahrul. 2015. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta, Cet. 4.
7. Koperasi syariah 212, <http://koperasisyariah212.co.id/blog/2017/12/03/walikota-pekanbaru-resmikan-212mart/>, diakses tanggal 10 Februari 2020, Pukul 14:12 WIB
8. Lpiyoadi Rahmad, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
9. Martono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
10. Moenir, A, S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
11. Muhidin Sambas Ali, dkk. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
12. Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Al-Mujtadah Press.
13. Mulyaty. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar*. Jurnal Administrasi Public. Volume 6. No. 1
14. Napitulu, Paiman. 2007. *Pelayana Public dan Customer Satisfaction*. Bandung: PT. Alumni.
15. Nasution, Nur M. 2005. *Manajemen Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, Cet. Ke-2
16. Philip Kotler, Kevin Keller Lene. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
17. Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

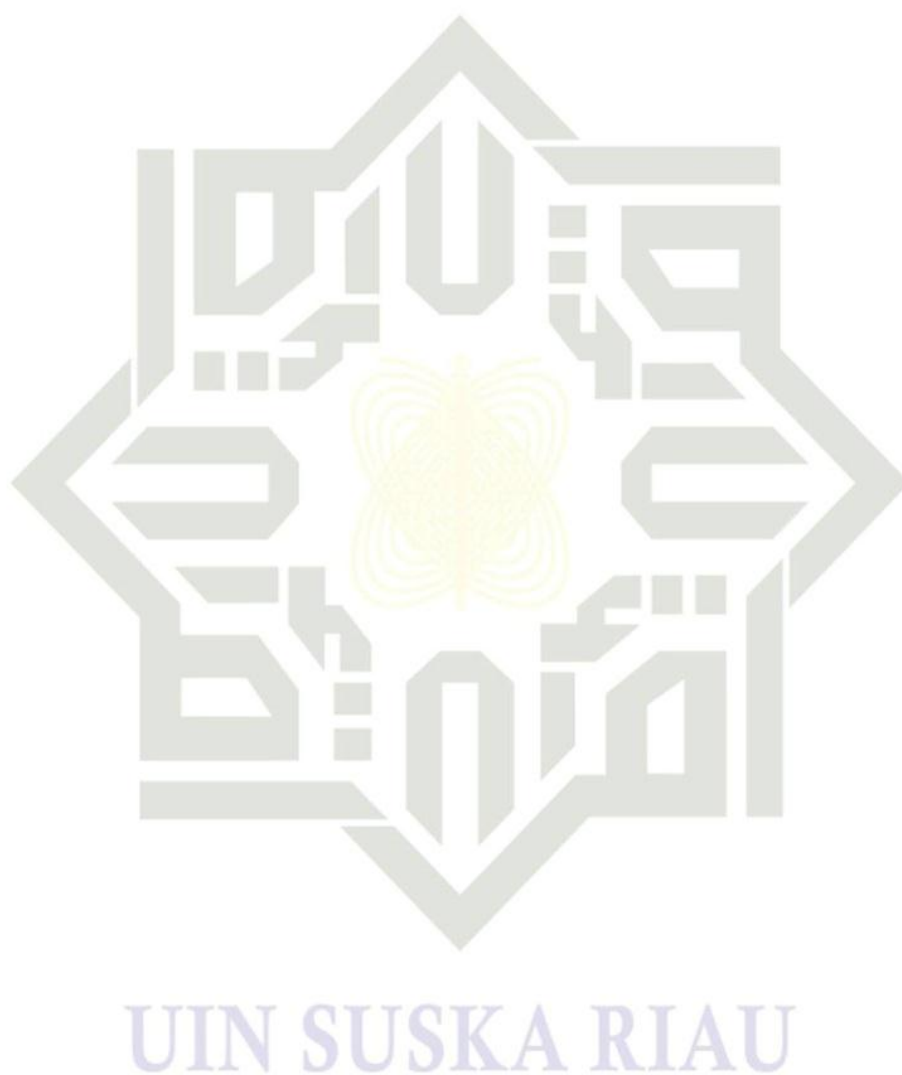
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Priyato, Duwi. 2010. *Teknik Mudah & Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*. Yogyakarta: Gaca Media.
2. Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
3. Rifai, George. 2012. *Prinsip-Prinsip Pengelolaan Strategi Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
4. Rio Riduan. (Manajer 212 Mart Panam Pekanbaru). *Wawancara*. Pekanbaru 01 November 2019.
5. Salim Pater. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, ed. ke-3
6. Sangadji Etta Mamang, Sopia. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
7. Sinambela. 2007. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
8. Sugiono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
9. Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor Selatan, Ghalia Indonesia, Cet. Ke-2
10. Sunyoto, Danang. 2001. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: CAPS.
11. Supranto, Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
12. Supriyono, R A. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFEUGM.
13. Tjiptono Fandi Ph.D, Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
14. Udaya Jusuf, DKK. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneurial Marketing Dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
15. Usman Husnaini, Purnomo Setyady Akbar. 2011. *Pengantar Statistik*. Yogyakarta: Bumi Aksara, Ed. Ke-2
16. Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Wijaya, Toni. 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
 2. Wijayanti, Titik. 2012. *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
 3. www.koperasisyariah212.co.id, diakses tanggal 2 November 2019 Pukul 09:00 WIB
- Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

ANGKET PENELITIAN

Mohon beri tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku

1. Jenis Kelamin

a. Laki-laki ☐ b. Perempuan ☐

2. Usia

a. <30 tahun ☐ b. 30-39 tahun ☐
c. 40-49 tahun ☐ d. >50 tahun ☐

3. Pekerjaan

a. Wirausaha ☐ b. Wiraswasta ☐
c. Pegawai Negeri ☐ d. Pegawai Swasta ☐
e. Lainnya, yaitu.....

Petunjuk:

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (✓) ceklis pada salah satu jawaban yang paling sesuai. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

1. Pernyataan untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen

Variabel Kualitas Produk

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya produk dijual di 212 Mart memiliki kualitas merek yang bagus					
2	Menurut saya produk di 212 Mart dilengkapi dengan tanggal kadaluarsa					
3	Menurut saya produk yang dijual di 212 Mart memiliki bentuk kemasan yang bagus dan aman					
4	Menurut saya produk yang di 212 Mart tertata rapi					
5	Menurut saya produk yang dibuat di 212 Mart memiliki tempat penyimpanan makanan agar tahan lama					
6	Menurut saya produk makanan yang dibuat di 212 Mart memiliki rasa yang enak					

Variabel Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
7	Menurut saya Toko 212 Mart dilengkapi dengan pendingin ruangan					
8	Karyawan melayani konsumen dengan cepat					
9	Karyawan cepat dalam menangani/membantu konsumen mencari barang yang akan dibeli					
10	Menurut saya adanya jaminan kehalalan barang yang dijual di 212 Mart					
11	Menurut saya karyawan melayani dengan sopan					
12	Menurut saya suasana Toko 212 Mart dilengkapi dengan musik islami					
13	Menurut saya karyawan Toko 212 Mart berpakaian rapi					

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Kepuasan Konsumen

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
14	Saya selalu setia berbelanja barang di 212 Mart					
15	Saya selalu membeli produk barang di 212 Mart dengan stock yang banyak					
16	Saya suka berbelanja di 212 Mart karena banyak promo dan diskon					
17	Saya mengajak teman dan saudara berbelanja di 212 Mart					
18	Saya memberi masukan kepada 212 Mart untuk meningkatkan layanan dan kelengkapan barang					
19	Saya berbelanja di 212 Mart rutin setiap bulan untuk keperluan rumah					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2: Daftar Wawancara

DAFTAR WAWANCARA

Bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?

Jawaban:

Menurut Rio Riduan selaku manajer toko 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru, mengatakan bahwa kualitas pelayanan di 212 Mart pada SDM kurang baik sehingga menyebabkan kualitas pelayanannya tidak maksimal. Untuk kualitas produknya sendiri banyak seperti roti-roti atau kue-kue basah yang tahannya hanya tiga hari atau sampai empat hari saja.

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan di 212 Mart Kelurahan Tuah Karya?

Jawaban:

Konsumen mengatakan bahwa di 212 Mart mereka merasa puas dengan pelayanan dan kualitas produk yang ada di 212 Mart, walaupun terkadang ada produk yang tidak lengkap seperti di Minimarket lainnya, tetapi konsumen tetap merasa puas berbelanja di 212 Mart karena bisa memberikan manfaat bagi sesama khususnya bagi sesama muslim dengan memajukan perekonomian umat muslim.

Lampiran 3: Foto Dokumentasi

DOKUMENTASI



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 4: Data SPSS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations						KualitasProduk
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	
Q1	Pearson Correlation	1	.875**	.653**	.579**	.533**	.660**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q2	Pearson Correlation	.875**	1	.764**	.591**	.661**	.714**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q3	Pearson Correlation	.653**	.764**	1	.354**	.478**	.561**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q4	Pearson Correlation	.579**	.591**	.354**	1	.683**	.684**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q5	Pearson Correlation	.533**	.661**	.478**	.683**	1	.704**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q6	Pearson Correlation	.660**	.714**	.561**	.684**	.704**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
KualitasProduk	Pearson Correlation	.865**	.929**	.781**	.761**	.800**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H₂



Correlations

		Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Kualitas Pelayanan
Q7	Pearson Correlation	1	.658 ^{**}	.547 ^{**}	.611 ^{**}	.511 ^{**}	.643 ^{**}	.429 ^{**}	.842 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q8	Pearson Correlation	.658 ^{**}	1	.679 ^{**}	.552 ^{**}	.628 ^{**}	.515 ^{**}	.542 ^{**}	.834 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q9	Pearson Correlation	.547 ^{**}	.679 ^{**}	1	.483 ^{**}	.626 ^{**}	.502 ^{**}	.481 ^{**}	.776 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q10	Pearson Correlation	.611 ^{**}	.552 ^{**}	.483 ^{**}	1	.450 ^{**}	.509 ^{**}	.454 ^{**}	.753 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q11	Pearson Correlation	.511 ^{**}	.628 ^{**}	.626 ^{**}	.450 ^{**}	1	.482 ^{**}	.501 ^{**}	.739 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q12	Pearson Correlation	.643 ^{**}	.515 ^{**}	.502 ^{**}	.509 ^{**}	.482 ^{**}	1	.388 ^{**}	.790 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Q13	Pearson Correlation	.429 ^{**}	.542 ^{**}	.481 ^{**}	.454 ^{**}	.501 ^{**}	.388 ^{**}	1	.661 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.842 ^{**}	.834 ^{**}	.776 ^{**}	.753 ^{**}	.739 ^{**}	.790 ^{**}	.661 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	KepuasanKonsume n
Q14	Pearson Correlation	1	.687 ^{**}	.538 [*]	.574 [*]	.343 [*]	.655 [*]	.780 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q15	Pearson Correlation	.687 [*]	1	.540 [*]	.641 [*]	.502 [*]	.639 [*]	.840 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q16	Pearson Correlation	.538 [*]	.540 [*]	1	.336 [*]	.368 [*]	.569 [*]	.687 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.001	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q17	Pearson Correlation	.574 [*]	.641 [*]	.336 [*]	1	.764 [*]	.386 [*]	.826 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.000	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q18	Pearson Correlation	.343 [*]	.502 [*]	.368 [*]	.764 [*]	1	.401 [*]	.773 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Q19	Pearson Correlation	.655 [*]	.639 [*]	.569 [*]	.386 [*]	.401 [*]	1	.757 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
KepuasanKonsume n	Pearson Correlation	.780 [*]	.840 [*]	.687 [*]	.826 [*]	.773 [*]	.757 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 ^a	.753	.746	1.47432	2.022

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	475.845	2	237.923	109.458	.000 ^b
	Residual	156.502	72	2.174		
	Total	632.347	74			

a. Dependent Variable:kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.407	1.236		5.184	.000		
	Kualitas produk	.692	.074	.825	9.387	.000	.445	2.249
	Kualitas pelayanan	.033	.052	.056	.633	.529	.445	2.249

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas produk	Kualitas pelayanan
1	1	2.975	1.000	.00	.00	.00
	2	.019	12.543	.53	.00	.41
	3	.006	22.996	.47	1.00	.59

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H₂

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.3944	28.2275	24.4267	2.53581	75
Residual	-3.50453	3.54015	.00000	1.45427	75
Std. Predicted Value	-1.984	1.499	.000	1.000	75
Std. Residual	-2.377	2.401	.000	.986	75

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Kualitas produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	6

Kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	7

Kepuasan konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	6

Gabungan variabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	19

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X1

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Kualitas Produk						Jumlah
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	5	4	4	5	4	27
3	5	5	4	5	5	5	29
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	1	4	4	4	20
6	5	5	5	4	4	5	28
7	4	4	5	5	5	5	28
8	5	5	4	5	4	5	28
9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	5	4	4	4	4	26
11	4	5	4	4	4	4	25
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	5	5	4	26
15	5	5	4	4	5	4	27
16	4	4	5	4	4	5	26
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	4	4	5	28
19	3	3	4	3	4	4	21
20	3	3	3	4	3	3	19
21	4	4	5	3	3	3	22
22	5	5	5	4	4	4	27
23	3	3	3	3	3	3	18
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	3	3	3	3	18
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	5	5	30
28	3	3	3	3	3	3	18
29	4	3	4	4	3	3	21
30	4	3	3	3	3	3	19
31	3	3	3	4	4	4	21
32	4	5	5	5	5	5	29
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	5	25
36	5	5	5	4	5	4	28
37	5	4	4	4	4	4	25



38	© Hak cipta milik UIN Suska Riau	5	4	4	5	4	4	26
39	Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	4	4	5	4	5	4	26
40		3	3	3	4	4	3	20
41		5	5	5	4	4	4	27
42		5	5	5	5	5	5	30
43		5	5	5	5	5	5	30
44		4	4	4	4	4	4	24
45		4	4	4	4	4	4	24
46		5	5	5	5	4	4	28
47		4	4	4	4	4	4	24
48		4	5	5	4	4	4	26
49		5	5	5	5	5	5	30
50		4	4	4	4	4	4	24
51		4	4	4	4	4	4	24
52		5	5	5	5	5	5	30
53		5	5	4	5	5	5	29
54		4	4	3	5	4	4	24
55		4	4	4	4	4	4	24
56		5	5	5	4	4	4	27
57		4	4	5	3	4	4	24
58		4	3	4	3	2	3	19
59		3	3	3	3	4	3	19
60		4	4	4	4	4	4	24
61		3	3	3	3	3	3	18
62	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	5	5	5	4	4	4	27
63		5	5	5	4	4	5	28
64		5	5	5	4	5	5	29
65		4	4	4	4	4	3	23
66		3	3	3	4	4	3	20
67		5	5	5	4	4	4	27
68		3	3	3	3	3	3	18
69		4	4	4	4	4	4	24
70		4	4	4	4	4	4	24
71		4	4	4	4	4	4	24
72		4	4	4	4	4	4	24
73		5	5	4	5	4	5	28
74		4	5	5	4	5	4	27
75		5	5	5	4	4	4	27

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel X2

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Kualitas Pelayanan							Jumlah
	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	
1	4	4	3	3	4	2	4	24
2	4	5	5	4	4	4	4	30
3	5	5	5	4	5	3	5	32
4	5	5	3	3	3	5	2	26
5	4	4	4	4	5	4	4	29
6	5	5	5	5	5	3	4	32
7	3	4	4	4	4	4	4	27
8	4	4	4	4	4	3	4	27
9	4	3	3	3	4	4	4	25
10	4	4	4	4	4	3	4	27
11	5	5	5	4	4	3	4	30
12	4	5	4	4	4	4	5	30
13	4	4	5	3	4	3	4	27
14	4	4	4	4	3	3	4	26
15	4	4	5	3	3	3	5	27
16	4	4	5	4	4	4	4	29
17	5	5	5	5	4	3	5	32
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	2	3	4	4	2	1	3	19
20	2	3	3	2	3	1	3	17
21	3	3	3	3	3	4	5	24
22	2	3	3	2	3	1	4	18
23	2	3	3	2	3	1	4	18
24	2	3	3	2	3	1	3	17
25	2	3	3	2	3	1	3	17
26	2	4	4	2	4	1	3	20
27	3	5	5	3	5	2	4	27
28	3	1	3	3	2	3	1	16
29	1	2	3	2	3	1	2	14
30	2	4	4	3	3	1	4	21
31	2	3	3	2	3	1	3	17
32	4	5	5	4	4	5	4	31
33	4	5	5	3	4	3	4	28
34	4	4	4	3	4	3	5	27
35	3	4	5	3	5	4	4	28
36	3	5	5	3	4	4	4	28
37	5	4	5	3	4	4	4	29

38	5	5	5	4	4	3	4	30
39	4	4	5	4	5	4	4	30
40	1	2	4	2	3	1	3	16
41	3	4	4	4	4	4	4	27
42	3	5	5	4	4	4	4	29
43	5	3	4	4	4	4	4	28
44	2	4	5	4	4	4	4	27
45	3	3	5	2	4	2	4	23
46	3	4	4	4	4	4	4	27
47	3	3	5	3	4	4	4	26
48	4	5	5	3	4	3	4	28
49	3	4	4	3	3	5	5	27
50	3	4	4	3	4	4	4	26
51	3	4	4	3	4	4	4	26
52	4	4	5	4	4	3	4	28
53	5	5	5	5	4	5	4	33
54	4	5	5	4	4	4	4	30
55	2	4	4	2	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	3	4	4	4	3	3	4	25
58	3	3	4	4	3	3	4	24
59	2	2	2	4	3	1	4	18
60	2	3	4	2	3	1	4	19
61	1	3	3	2	3	1	3	16
62	3	3	5	3	4	4	4	26
63	3	4	5	4	4	3	4	27
64	4	5	5	5	4	3	5	31
65	1	2	3	2	3	1	3	15
66	1	2	3	2	3	1	3	15
67	3	3	4	4	4	4	4	26
68	2	3	3	2	3	1	3	17
69	2	4	4	4	4	2	4	24
70	2	4	4	4	4	1	4	23
71	4	4	4	3	4	4	4	27
72	2	4	4	4	4	2	4	24
73	5	5	5	4	4	4	4	31
74	4	4	4	5	4	2	4	27
75	2	4	4	4	4	4	4	26

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Y

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Kepuasan Konsumen						Jumlah
	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	5	4	4	25
3	5	4	5	5	4	5	28
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	3	1	4	20
6	4	4	4	5	5	4	26
7	4	4	5	4	5	5	27
8	4	4	4	5	4	4	25
9	3	3	4	4	4	3	21
10	4	4	4	5	4	3	24
11	4	4	4	5	4	4	25
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	4	4	5	4	4	26
16	4	4	5	4	5	5	27
17	5	4	4	5	5	4	27
18	4	4	4	5	5	4	26
19	4	4	5	3	4	4	24
20	4	3	4	3	3	3	20
21	3	3	3	4	5	4	22
22	4	4	5	5	5	4	27
23	4	4	4	3	3	5	23
24	4	4	5	4	4	4	25
25	4	3	4	3	3	4	21
26	3	3	4	4	4	3	21
27	5	5	5	5	5	5	30
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	4	3	4	3	20
30	3	3	4	3	3	3	19
31	3	3	3	3	3	3	18
32	4	4	4	5	5	4	26
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	5	25
36	4	4	5	5	5	5	28
37	4	4	4	4	4	4	24

38	4	3	4	4	4	4	23
39	4	5	5	4	5	5	28
40	4	3	3	3	3	3	19
41	5	4	5	5	5	5	29
42	4	4	5	5	5	4	27
43	4	4	4	5	5	4	26
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	5	5	4	26
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	5	5	5	27
49	5	5	5	5	5	5	30
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	5	25
52	4	4	4	5	5	4	26
53	5	5	5	5	4	5	29
54	4	4	4	4	3	4	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	5	5	3	25
57	4	4	4	4	5	4	25
58	3	3	4	3	4	4	21
59	4	3	5	3	3	4	22
60	4	4	5	4	4	4	25
61	4	3	4	3	3	4	21
62	4	4	5	5	5	4	27
63	4	4	4	5	5	4	26
64	5	4	5	5	5	5	29
65	4	3	3	4	4	4	22
66	3	3	3	3	3	3	18
67	4	4	4	5	5	4	26
68	3	3	4	3	3	3	19
69	4	4	5	4	4	4	25
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	5	4	4	25
74	4	5	4	5	5	4	27
75	4	4	4	5	5	4	26

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : WAHYUNINGTYAS APRILLIA
NIM : 11625203869
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, S.El. ME. Sy

Penguji I
Dr. H. Suhayib, M.A

Penguji II
Dr. Amrul Muzan, MA

Mengetahui :
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : WAHYUNINGTYAS APRILLIA
 NIM : 11625203869
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH
 Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
 PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 212
 MART KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU
 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

Pembimbing : Dr. Amrul Muzan, SHI, MA

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 31 Agustus 2020

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NTP. 198804302019031010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/4052/2020
Sifat : Penting
Lamp. : -
Hal : *Pembimbing Skripsi*

Pekanbaru, 07 Juli 2020

Kepada

Yth. Dr. Amrul Muzan, M.Ag
Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : wahyuningtyas aprillia
NIM : 11625203869
Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Panam Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan



Meri Sunandar, Mcl
19660803 199303 1 004

Tembusan:
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/4005/2020
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 07 Juli 2020

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : wahyuningtyas aprillia
NIM : 11625203869
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : 212 mart Kelurahan tuah karya panam pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
: Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 212 mart
kelurahan tuah karya panam Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. N A M A : Wahyuningtyas aprillia
2. NOMOR MAHASISWA : 11625203869
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di 22 mart panam pekanbaru ditinjau menurut ekonomi islam
4. Hari/Tgl. Diseminarkan : Rabu / 04 Desember 2019
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
 - a. Judul : Disetujui / ~~Ditolak~~ / ~~Disempurnakan~~
 - b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas~~ / Masih Kabur / ~~Perlu Perbaikan~~
 - c. Permasalahan : Jelas / ~~Masih Kabur~~ / ~~Dirumuskan kembali agar menjadi jelas~~
 - d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : Jelas / ~~Mengambang~~ / ~~Perlu Perbaikan~~
 - e. Kerangka Teoritis (jika ada) : ~~Jelas~~ / Kurang Jelas / ~~Perlu Disempurnakan~~
 - f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
 - g. Metode Penelitian : ~~Jelas~~ / ~~Masih Kabur~~ / ~~Perlu Perbaikan~~
 - h. Daftar Pustaka : Cukup / ~~Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti~~

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Afdol Rinaldi, SE.,M.Ec

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan WD I

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PT. INTAN PAYUNG BERKAH

Jl. HR Soebrantas, No.14 A, Tuah Karya, Tampan, Pekanbaru

Kode Pos: 28293

INTAN PAYUNG BERKAH

Pekanbaru, 11 Juli 2020

No : 005/SPT/IPB-KE/VII/2020
Lamp. : -
Hal : Izin Melakukan Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau
Di
Pekanbaru

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan surat yang kami terima dengan Nomor: Un.04/F.I/PP.00.9/4005/2020 tentang Permohonan Izin penelitian/riset di PT Intan Payung Berkah, Unit Toko Retail 212 Mart Soebrantas, atas nama:

Nama : Wahyuningtyas Aprillia
NIM : 11625203869
Jurusan : Ekonomi Syariah/S.1

maka melalui surat ini kami sampaikan bahwa yang bersangkutan diperkenankan untuk melakukan penelitiannya di PT. Intan dimulai tanggal 07 Juli s.d 07 Oktober 2020

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak dan Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

a.n Direktur



Muhammad Asnawir Nasution, S.Si
Manager Operasional

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/33875
T E N T A N G

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.1/PP.00.9/4005/2020 Tanggal 7 Juli 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : WAHYUNINGTYAS APRILLIA |
| 2. NIM / KTP | : 11625203869 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 212 MART KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : KELURAHAN TUAH KARYA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Juli 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama **Wahyuningtyas Aprillia**, lahir di Kota Bangun pada tanggal 1 April 1998. Anak Pertama dari Dua bersaudara dari buah hati Ayahanda Suyono dan Ibunda Dewiana, penulis memiliki satu orang Adik Perempuan bernama Dwi Nova Safitri. Pendidikan yang dilalui penulis SD 008 Beringin Lestari Siswa pada tahun 2004 sampai 2010. Setelah itu penulis melanjutkan ke sekolah Menengah Pertama yaitu Pondok Pesantren JABAL NUR Kandis pada tahun 2010 sampai 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan ke Madrasah Aliyah di Pondok Pesantren JABAL NUR Kandis sampai lulus pada tahun 2013 sampai 2016. Setelah itu penulis melanjutkan jenjang perguruan tinggi di UIN SUSKA RIAU Fakultas Syariah dan Hukum dengan Jurusan Ekonomi Syariah, dan gelar sarjana telah di dapatkan dan dinyatakan lulus pada hari Senin 10 Agustus 2020.

Penulis menyelesaikan Studi S1 dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**” dibawah bimbingan bapak Dr. Amrul Muzan, MA

- Hak Cipta
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.